

Изменение поведения персонала в рамках модели СГО и его влияние на инновационные преобразования предприятий сферы туризма

В современных условиях развития России важное значение приобретает нацеленность организации на поступательную инновационную деятельность, что предполагает изменения в поведенческих ориентациях сотрудников предприятия, развитие деловой активности персонала и создание условий для преобразований в организации.

В конце прошлого века во многих странах предприятия, менеджмент фирм обратились к реконструкционистскому подходу в организации бизнеса. В частности активно стали применять инновационную модель стратегии голубого океана (далее — СГО). Метод СГО разрабатывали зарубежные специалисты: У. Чан Ким, Рене Моборн, Генри Минцберг, Виктор Левант, Майкл Портер. В сфере туристического бизнеса представляют интерес труды В. В. Журавлева, Т. Н. Третьяковой, Т. А. Худяковой, А. В. Шмидта, рассмотревших различные пути повышения конкурентоспособности фирм туристского комплекса [1, 3].

В основе комплексной модели СГО находится методика реконструкции (изменения) границ рынка. Реконструкция границ рынка — означает изменение традиционных границ отрасли, выход за пределы привычного рыночного пространства, традиционного менеджмента и маркетинга, привычных схем поведения сотрудников организации, мышления персонала.

Стратегия голубого океана призывает менеджеров и сотрудников не замечать конкурентов, не ссориться с ними, не искать преимуществ за счет превышения своих традиционных ключевых компетенций по сравнению с другими фирмами. В рамках стратегии голубого океана следует искать то, что не используют другие, на что никто не обращает внимание. СГО — это поиск инновации ценности, умение отказаться

от стереотипов, от традиционных правил игры на рынке, на которые ориентируется большинство организаций. Привычные правила поведения, стратегических действий можно легко менять, не соблюдать их. Необходимо научиться действовать нестандартно, менять устоявшиеся схемы принятия решений.

Обращаем внимание на формулу деятельности в рамках новой модели. В основе действий находится формирование инновации ценности, под которой понимают нечто новое, необычное, что нравится потребителям, повышает конкурентоспособность продукции, не усложняет процесс деятельности, сокращает издержки и не приводит к неразумному повышению цены [2].

Обращаем внимание на фундаментальные принципы СГО, которыми следует руководствоваться при разработке стратегии. Данные принципы составляют основу действий менеджера, сотрудников придерживающихся реконструкционистского подхода.

1. Отказ от прямой и жесткой конкурентной борьбы.
2. Отказ от догм и стереотипов, развитие свежего мышления.
3. Непрерывный поиск новых возможностей, работа персонала в режиме преобразований.
4. Выход за границы своей отрасли деятельности, поиск стратегических преимуществ в другой сфере бизнеса.

Как видно из сказанного выше, особое значение приобретает изменение поведения персонала, нацеленность на преобразования, развитие нового, нестандартного мышления, умение отказаться от привычных схем, моделей, приемов, уход от стереотипов. Вообще, роль человеческого капитала серьезно возрастает и влияет на эффективность деятельности организации.

Наше внимание привлекли предприятия индустрии гостеприимства, так как экономике Южного Урала необходима диверсификация, развитие сервисных направлений деятельности. Без новых технологий, методов менеджмента, повышения активности и профессиональных качеств персонала добиться этого, повысить конкурентоспособность региона будет нелегко.

Студенты кафедр Экономика и менеджмента сервиса ЮУрГУ принимают самое активное участие в практике внедрения модели СГО на предприятиях туристского комплекса Челябинской области,

используя полученные знания в таких фирмах, как курорт-отель «Золотой пляж», ГРК «Солнечная долина», «Пегас-тур» и др.

В качестве примера повышения роли персонала и его влияния на процесс проектирования эффективного бизнеса можно привести деятельность челябинских предпринимателей Белоусовых, которым удалось успешно, с помощью студентов-практикантов ЮУрГУ перестроить мышление персонала, поведенческие ориентации в рамках модели стратегии голубого океана.

Модель СГО предполагает выбор одного или нескольких путей разработки стратегии, к числу которых относят поиск преимуществ в другой отрасли, анализ всех стратегических групп, пересмотр эмоционально-функциональной ориентации бизнеса, нестандартные инновации и т. д. Желательно проанализировать все указанные пути формирования стратегических действий, и менеджмент фирмы, наверняка, сможет разработать новые направления деятельности, определить позиции, повышающие эффективность бизнеса [2, 3]. Именно так поступили члены семейного бизнеса Белоусовых, чья фирма добилась определенного успеха благодаря новому подходу, ориентации на инструменты СГО.

Челябинские предприниматели Белоусовы, успешно создают в районе поселка Биргильда, под г. Челябинском этнографический туристический комплекс «Гардарика».

На своей земле, кстати, взятой изначально для создания фермерского хозяйства, они реконструировали поселение древних новгородцев, построив соответствующие деревянные строения для людей и скота. По словам хозяина, Александра Белоусова, силами одной семьи проводят историческую реконструкцию на местности, в результате которой должно появиться средневековое поселение новгородцев 9–12 веков. Жилища строят без применения гвоздей и шурупов, только на деревянных скрепах. Создано капище древних славян, посажен дуб — святое дерево бога Перуна. Предприниматели планируют проводить стрельбы из боевых луков, турниры бойцов, витязей. Уже задействован календарь древних славян, согласно которому проводят различные праздники — день Ивана Купала, Осенины, Коляду, Масленицу. Планируются разнообразные экскурсии обучающего характера для детей и взрослых. Казалось бы, нет ничего особо необычного в данном бизнесе. Действительно, на первый взгляд, это так,

но дело в том, что, согласно данным исторической науки, в Челябинской области не было поселений ушкуйников-новгородцев. Древние жители Новгорода дошли только до Пермского края.

Белоусовы, основываясь на маркетинговых исследованиях студентов кафедры ЭМиС ЮУрГУ, фактически, применили реконструкционистский подход, разрабатывая стратегию бизнеса, включив в данный процесс всех сотрудников фирмы. Они перенесли историческое действие на другую территорию, игнорировали данные археологии, ориентируясь на запросы потребителей, которые скучают по русской старине, быту славян, древним традициям, и многим из них нет никакого дела до территориальной исторической достоверности. Предприниматели, имеющие большие финансовые и технологические возможности, могли бы развить данный опыт, применив инструменты СГО, создать многогранный комплекс фольклорно-исторического характера.

Таким образом, на наш взгляд, модель СГО может позволить усилить конкурентные позиции отечественных фирм, при условии повышения в рамках данной модели роли человеческого капитала.

Литература

1. Айхель К. В. Управление рисками комплексных инвестиционных проектов на промышленных предприятиях // Перспективы науки. — 2011. — № 17. — С. 111–114.
2. Журавлев В. В., Лопарева А. М. Диверсификация бизнеса как путь повышения эффективности предприятий сферы туризма / Состояние и перспективы развития экономики в условиях неопределенности : сб. ст. Междунар. науч.-практ. конф. Уфа : РИЦ БашГУ, 2014. С. 81–83.
3. Худякова Т. А. Инновационные форматы гостиничного бизнеса: реалии и перспективы устойчивого развития // Изв. Тульского гос. ун-та. Экономические и юридические науки. — 2013. — № 5–1. — 101–108.